

슈피겐코리아 (192440)

스몰캡

강동근



02 3770 5588

donggeun.kang@yuantakorea.com

투자 의견	Not Rated
목표주가	N/A
현재주가 (8/16)	50,800원

시가총액	3,158억원
총발행주식수	6,216,363주
60일 평균 거래대금	8억원
60일 평균 거래량	16,301주
52주 고	56,000원
52주 저	38,700원
외인지분율	8.01%
주요주주	김대영 외 5 인 60.68%

주가수익률(%)	1개월	3개월	12개월
절대	3.7	(1.9)	17.3
상대	12.5	9.6	(2.1)
절대(달러환산)	3.6	(6.5)	18.5

해외에서 더 알아주는 모바일 기기 액세서리 업체

모바일 기기 액세서리 전문업체

슈피겐코리아는 2009년 2월 설립된 모바일 기기 액세서리 전문업체로 모바일 기기의 보호 케이스와 액정필름, 그리고 휴대용 배터리 및 차량용 거치대 등 기타 액세서리를 50여개국의 온라인과 오프라인 유통 채널을 통해 판매하고 있다.

2018년 상반기 매출액 1,158억원 기준 제품별 비중은 케이스 79%, 보호필름 10%, 기타 11%로 케이스 비중이 월등히 높으며 지역별 매출 비중은 북미 50%, 유럽 29%, 국내 10% 순으로 북미 지역이 동사의 주력 시장이다.

투자 포인트

아마존에서 확고한 브랜드 인지도 구축: 2014년 아이폰6용 케이스가 베스트 셀러가 되면서 슈피겐이라는 브랜드는 아마존 플랫폼에서 인지도를 구축하게 되었다. 확고하게 구축된 브랜드를 바탕으로 동사는 향후에도 신규 스마트폰 모델이 출시될 경우 이에 대한 신규 케이스 수요를 확보할 수 있을 것이다.

유럽 지역 매출 확대 순항 중: 2016년부터 시작된 유럽 지역 매출 성장세와 매출 비중 확대는 향후에도 지속될 것으로 전망된다. 유럽의 스마트폰 시장은 북미 지역보다 더 큰 규모이며 미국 아마존에서 성공한 브랜드 인지도 구축 노하우를 유럽 아마존 플랫폼에 적용하는 과정이 진행 중이기 때문이다.

2018년 실적 전망

2018년 동사의 실적은 매출액 2,564억원(+14.0% YoY), 영업이익 509억원(+5.4% YoY), 지배순이익 435억원(+7.1% YoY)으로 전망된다.

비록 상반기는 다소 실망스러웠으나 하반기에는 8월말 출시 예정인 갤럭시노트 9용 신제품, 그리고 9월 출시로 예상되는 차기 아이폰 모델용 신제품 판매가 기대된다. 특히 아이폰이 9월 중순 또는 9월말에 출시됨에 따라 아이폰용 신제품 효과는 4분기에 본격적으로 반영될 예정이다. 영업이익률 또한 매출 확대에 따라 하반기에는 개선될 것으로 전망된다.

Quarterly earning forecasts

(억원, %)

	3Q18E	전년동기대비	전분기대비	컨센서스	컨센서스대비
매출액	636	16.9	14.0	622	2.3
영업이익	131	8.1	30.8	131	-0.1
세전계속사업이익	139	4.0	5.7	142	-2.3
지배순이익	106	2.8	5.7	108	-2.0
영업이익률 (%)	20.6	-1.6 %pt	+2.7 %pt	21.1	-0.5 %pt
지배순이익률 (%)	16.6	-2.3 %pt	-1.3 %pt	17.4	-0.8 %pt

자료: 유안타증권

Forecasts and valuations (K-IFRS 연결연결)

(억원, 원, %, 배)

결산 (12월)	2015A	2016A	2017A	2018F
매출액	1,481	1,793	2,250	2,564
영업이익	442	435	483	509
지배순이익	373	386	407	435
PER	16.7	9.1	7.1	7.3
PBR	3.9	1.8	1.3	1.2
EV/EBITDA	10.9	5.3	3.6	3.1
ROE	25.9	21.9	19.6	18.1

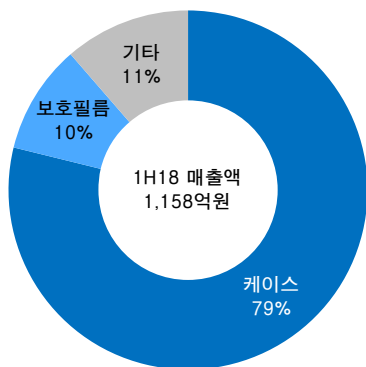
자료: 유안타증권

글로벌 모바일 기기 액세서리 업체

슈피겐코리아는 2009년 2월 설립된 모바일 기기 액세서리 전문업체로 모바일 기기의 보호 케이스와 액정필름, 그리고 휴대용 배터리 및 차량용 거치대 등 기타 액세서리를 50여개국의 온라인과 오프라인 유통 채널을 통해 판매하고 있다.

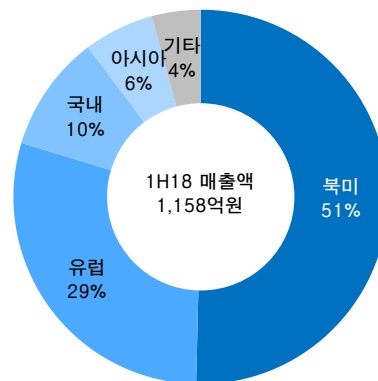
2018년 상반기 매출액 1,158억원 기준 제품별 비중은 케이스 79%, 보호필름 10%, 기타 11%로 케이스 비중이 월등히 높으며 지역별 매출 비중은 북미 50%, 유럽 29%, 국내 10% 순으로 북미 지역이 동사의 주력 시장이다. 거래유형별 매출 비중은 B2C(아마존 등 오픈몰)가 76%, B2B(총판)가 24%로 온라인 판매 위주 사업을 영위하고 있다.

제품별 매출 비중(1H18 기준)



자료: 슈피겐코리아, 유안타증권 리서치센터

지역별 매출 비중(1H18 기준)



자료: 슈피겐코리아, 유안타증권 리서치센터

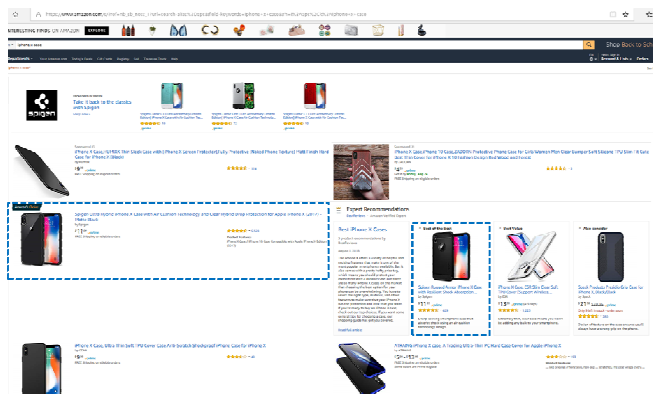
2007년 6월, 첫 아이폰의 등장으로 스마트폰 시대가 도래함에 따라 고가의 모바일 기기에 대한 보호 및 패션 수요도 동시에 생겨나면서 모바일 액세서리 시장이 본격적으로 형성되기 시작했다. 모바일 액세서리 시장은 진입장벽이 낮아 경쟁이 치열한 시장이다. 액세서리 시장은 디자인 아이디어와 적정 자본만 있다면 진출할 수 있으며 이 중 스마트폰 케이스의 경우 디자인을 토대로 금형사출업체에 의뢰하면 손쉽게 생산할 수 있기 때문이다. 이런 치열한 시장에서 경쟁 우위를 점하기 위해서는 브랜드 인지도가 매우 중요하다.

슈피겐코리아는 2009년부터 미국에서 스마트폰 케이스 사업을 개시했다. 연구개발을 통해 충격을 흡수해주는 “스파이더웹”, 모서리를 보호해주는 “에어쿠션” 등 다양한 특허를 보유하게 되었고 이를 적용한 제품들을 판매하기 시작하였으며 미군 군사규격(1.2m 높이에서 26번 이상 떨어트리는 테스트) 인증을 받은 제품까지 출시하는 등 디자인뿐만 아니라 품질 면에서도 소비자를 만족시킬 수 있는 스마트폰 케이스 개발에 매진했다. 이러한 노력은 2014년 아이폰6가 출시됨과 동시에 동사의 아이폰 6용 케이스인 티프아머, 울트라하이드리드 등의 판매가 흥행하면서 결실을 맺었고 이를 계기로 소비자들로부터 브랜드 인지도가 쌓임에 따라 이후 아이폰 후속작들과 삼성전자의 갤럭시 시리즈용 케이스 판매 매출은 안정적인 성장 궤도에 진입할 수 있게 되었다.

아마존에서 확고한 브랜드 인지도 구축

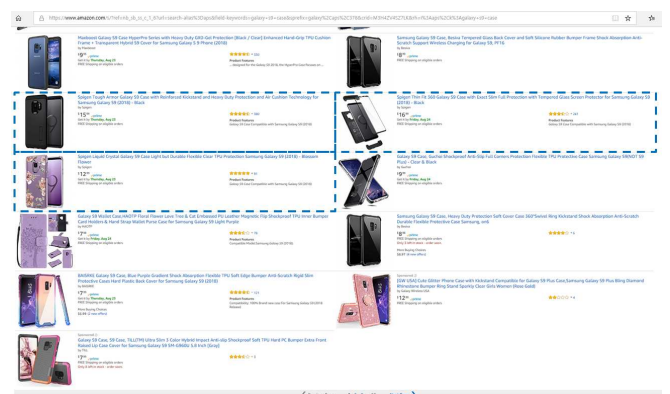
동사의 강력한 경쟁력 중 하나는 아마존 플랫폼에서 브랜드 인지도가 매우 높다는 것이다. 2009년 미국 스마트폰 케이스 시장 진출 당시 동사는 레퍼런스가 전무한 모바일 기기 액세서리 업체였기 때문에 오프라인 유통 채널 입점이 상당히 까다로웠다. 이 난관을 타개하기 위해 내린 결정은 판매수수료만 지불하면 자유롭게 사업을 영위할 수 있는 아마존 등 온라인 오픈몰에 진출하는 것이었다. 미국 소비자들이 선호하는 스마트폰 케이스 디자인과 성능이 무엇인지를 파악하고 지속적인 연구개발을 통해 여러 제품 라인업을 출시하면서 서서히 인지도를 쌓기 시작한 동사는 2014년 아이폰 6가 출시되면서 실적 레벨업을 달성하게 되었다. 아마존에서 아이폰 6용 스마트폰 케이스 베스트셀러 탑 10 중 9개가 동사의 제품으로 순위에 오르면서 흥행에 성공했기 때문이다. 이를 계기로 슈피겐이라는 브랜드는 아마존 플랫폼에서 인지도를 구축하게 되었고 이후 동사의 케이스 라인업에 대한 수요는 신규 아이폰 또는 갤럭시 모델이 출시될 때마다 꾸준히 발생하고 있다. 이와 더불어 축적되는 브랜드 인지도와 꾸준한 제품 수요로 동사의 제품은 아마존 플랫폼에서 아이폰 또는 갤럭시 케이스 검색 시 항상 첫 화면에 노출이 되며 이는 아마존 내 입지를 더더욱 확고하게 만드는 효과를 주고 있다. 확고하게 구축된 브랜드를 바탕으로 동사는 향후에도 신규 스마트폰 모델이 출시될 경우 이에 대한 신규 케이스 수요를 확보할 수 있을 것이다.

아마존(미국) "아이폰 X 케이스" 검색 첫 페이지



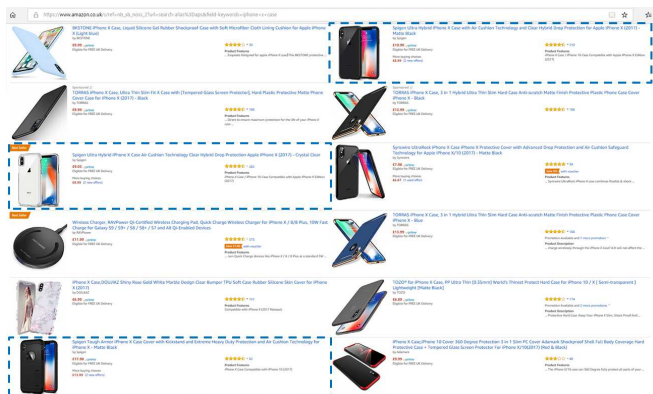
자료: 유안타증권 리서치센터

아마존(미국) "갤럭시 S9 케이스" 검색 첫 페이지



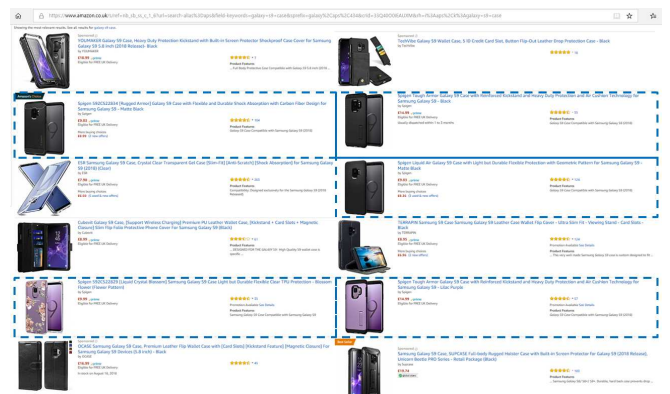
자료: 유안타증권 리서치센터

아마존(영국) "아이폰 X 케이스" 검색 첫 페이지



자료: 유안타증권 리서치센터

아마존(영국) "갤럭시 S9 케이스" 검색 첫 페이지



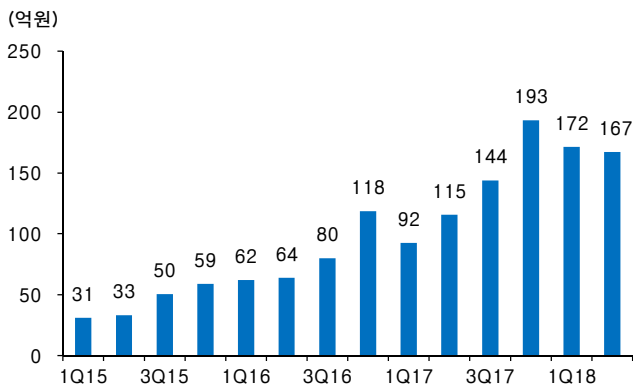
자료: 유안타증권 리서치센터

유럽 지역 매출 확대 순항 중, 다음은 아시아/태평양 지역

2015년 매출액 기준 북미 지역 매출 비중은 66%로 유럽 12%와 국내 10%에 비해 월등히 높았다. 사업을 개시한 2009년에 미국의 모바일 기기 액세서리 시장부터 진출했기 때문에 북미 지역 매출 비중은 높을 수 밖에 없었다.

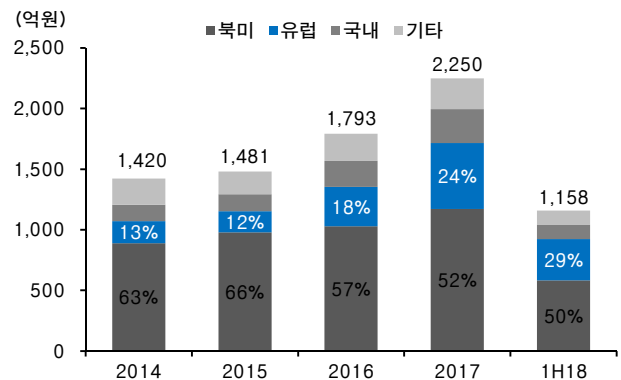
이런 지역별 매출 비중은 동사가 2016년 아마존이 진출한 유럽 시장을 본격적으로 공략하면서 달라지기 시작했다. 미국에서 수년간 사업을 영위하며 쌓은 노하우와 아마존 내 브랜드 인지도 등을 바탕으로 유럽 모바일 기기 액세서리 시장 공략을 개시하였으며 2015년 173억원에 불과하던 매출은 2016년 324억원(+87% YoY), 2017년 545억원(+68% YoY), 그리고 2018년 상반기 339억원(+63% YoY)에 이르게 되었다. 급격한 매출 성장으로 유럽 지역 매출 비중은 2015년 12%에서 2016년 18%, 2017년 24%로 가파르게 상승하였으며 2018년 상반기 매출액 기준으로 29%까지 올라왔다.

슈피겐코리아 분기별 유럽 지역 매출액 추이



자료: 슈피겐코리아, 유안타증권 리서치센터

유럽 지역 매출 비중 추이



자료: 슈피겐코리아, 유안타증권 리서치센터

동사의 유럽 지역 매출 성장세와 매출 비중 확대는 향후에도 지속될 것으로 전망된다. 유럽의 스마트폰 시장은 북미 지역보다 더 큰 규모이며 미국 아마존에서 성공한 브랜드 인지도 구축 노하우를 유럽 아마존 플랫폼에 적용하는 과정이 진행 중이기 때문이다.

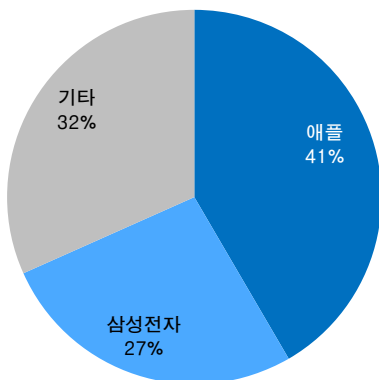
이와 더불어 내년에는 아시아/태평양 지역 내 아마존이 진출해 있는 국가의 모바일 기기 액세서리 시장 공략을 준비 중이다. 내년 초에는 호주 시장을 공략하고 그 이후 일본과 인도 시장도 본격적으로 진출할 계획이다. 아시아/태평양 지역의 소비자가 원하는 모바일 기기 케이스 트렌드가 북미 또는 유럽과는 다를 수도 있겠으나 미국과 유럽 아마존에서 성공한 브랜드 인지도 구축 사례를 기반으로 원활한 시장 진입이 예상되며 이에 따른 아시아/태평양 지역 매출 성장이 기대된다.

애플용 제품 편중 현상 완화 기대

2015년 동사의 스마트폰 브랜드별 매출 비중은 애플 61%, 삼성전자 27%, 그리고 기타 12%로 애플용 제품 비중이 압도적으로 높았다. 그 이유는 동사의 주력 시장인 미국에서 당시 아이폰의 스마트폰 시장 점유율이 39%로 1위를 굳건히 유지하고 있었기 때문이다. 북미의 경우 아이폰에 대한 충성도가 매우 높기 때문에 동사의 애플용 제품 편중 현상은 당연한 것이었다. 문제는 애플의 아이폰이 잘 팔리면 동사에 긍정적으로 작용하겠으나 만일 안 팔릴 경우에는 그 충격이 그대로 실적 충격으로 이어진다는 점이었다.

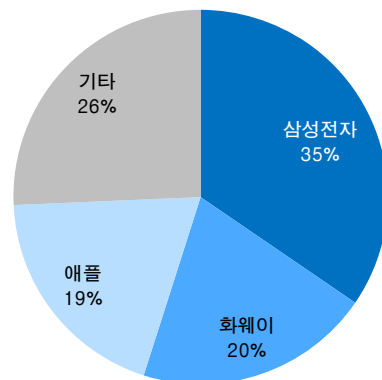
이런 문제점은 동사가 유럽 시장을 공략하면서 완화되기 시작하였다. 북미 지역과는 달리 유럽에서는 삼성전자의 갤럭시 시리즈 제품이 시장 점유율 35% 수준으로 1위이며 애플의 아이폰 시장 점유율은 20% 내외이기 때문이다. 유럽 매출 성장과 함께 동사의 애플용 제품 비중은 2016년에 55%, 2017년 45%, 그리고 1H18 기준 43% 수준까지 하락하였다. 반면 삼성전자의 제품 비중은 33%로 상승하였으며 기타 브랜드용 제품 비중 또한 2015년 15%에서 1H18 24%로 성장했다. 기타 브랜드의 비중 상승은 유럽에서 화웨이 스마트폰 판매대수가 지속적으로 증가하면서 동사의 화웨이용 케이스 판매 또한 증가한 것으로 추정된다.

1H18 미국 스마트폰 시장 점유율 (판매대수 기준)



자료: IDC, 유안타증권 리서치센터

1H18 유럽 스마트폰 시장 점유율 (판매대수 기준)



자료: IDC, 유안타증권 리서치센터

애플용 제품 편중 현상 완화는 동사의 유럽 매출 비중 상승과 함께 진행될 것으로 보인다. 분기별로 편차는 있으나 유럽 시장에서 아이폰의 시장 점유율은 2015년부터 꾸준히 20% 내외에서 움직이고 있는 반면 갤럭시는 35% 수준의 시장 점유율을 유지하고 있다. 즉 동사의 유럽 지역 매출이 성장할수록 시장 점유율이 더 높은 삼성전자의 제품 비중이 증가하면서 애플용 제품 비중을 낮추는 효과를 가져오는 것이다. 애플용 제품 편중 현상 완화로 동사는 애플 실적에 대한 의존도가 적정 수준으로 하락하게 될 것이고 이에 따른 분기별 실적 변동성이 둔화될 것으로 예상된다.

2018년 실적 전망

2018년 동사의 실적은 매출액 2,564억원(+14.0% YoY), 영업이익 509억원(+5.4% YoY), 지배순이익 435억원(+7.1% YoY)으로 전망된다.

3월에 출시된 삼성전자의 갤럭시 S9/S9+의 저조한 판매 실적으로 상반기에 갤럭시용 신제품 효과는 미미하였으나 아이폰 7 케이스 매출이 전년동기대비 13% 성장하였고 작년 하반기 출시된 아이폰 8/8+, 그리고 아이폰 X 케이스 매출액이 반영되며 견조하게 방어해주었다. 다만 영업이익률은 아마존의 FBA 서비스 이용에 대한 수수료 증가, 마진율이 낮은 기타 제품의 판매 증가 등의 이슈로 2분기 연속 20%를 하회했다.

비록 상반기는 다소 실망스러웠으나 하반기에는 8월말 출시 예정인 갤럭시노트 9용 신제품, 그리고 9월 출시로 예상되는 차기 아이폰 모델용 신제품 판매가 기대된다. 특히 아이폰이 9월 중순 또는 9월말에 출시됨에 따라 아이폰용 신제품 효과는 4분기에 본격적으로 반영될 예정이다. 영업이익률 또한 매출 확대에 따라 하반기에는 개선될 것으로 전망된다.

슈피겐코리아 실적 전망

(단위: 억원)

	1Q17	2Q17	3Q17	4Q17	1Q18	2Q18	3Q18E	4Q18E	2016	2017	2018E
매출액	362	526	544	817	600	558	636	771	1,793	2,250	2,564
케이스	271	390	411	649	473	439	502	619	1,447	1,722	2,033
보호필름	36	45	57	83	56	58	67	82	153	221	263
기타	55	91	76	85	70	61	67	70	193	307	268
영업이익	69	111	121	181	117	101	131	162	435	483	509
영업이익률(%)	19.2	21.2	22.2	22.2	19.4	18.1	20.6	21.0	24.3	21.5	19.9
지배순이익	36	92	103	176	100	100	106	130	386	407	435

자료: 유안타증권 리서치센터

슈피겐코리아 (192440) 추정재무제표 (K-IFRS 연결)

손익계산서	(단위: 억원)				
결산 (12월)	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
매출액	1,420	1,481	1,793	2,250	2,564
매출원가	479	470	566	663	758
매출총이익	941	1,011	1,226	1,586	1,807
판매비	460	569	791	1,103	1,296
영업이익	481	442	435	483	509
EBITDA	485	447	444	495	522
영업외손익	25	33	23	-33	58
외환관련손익	10	7	9	-50	10
이자손익	9	23	24	21	24
관계기업관련손익	0	0	0	0	0
기타	5	3	-9	-4	24
법인세비용차감전순이익	506	476	459	450	567
법인세비용	100	103	73	44	132
계속사업순이익	406	373	386	407	435
중단사업순이익	0	0	0	0	0
당기순이익	406	373	386	407	435
지배지분순이익	406	373	386	407	435
포괄순이익	411	383	387	367	414
지배지분포괄이익	411	383	387	367	414

주: 영업이익의 산출 기준은 기존 K-GAAP과 동일. 즉, 매출액에서 매출원가와 판매비만 차감

재무상태표	(단위: 억원)				
결산 (12월)	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
유동자산	1,284	1,579	1,491	1,701	2,113
현금및현금성자산	339	293	499	551	973
매출채권 및 기타채권	158	116	153	152	149
재고자산	102	81	127	177	209
비유동자산	158	203	662	875	844
유형자산	74	59	71	424	375
관계기업 등 자본관련자산	0	18	23	21	21
기타투자자산	42	44	454	161	133
자산총계	1,441	1,782	2,153	2,576	2,956
유동부채	140	188	209	340	342
매입채무 및 기타채무	43	120	139	147	213
단기차입금	0	0	0	54	53
유동성장기부채	0	0	0	0	0
비유동부채	12	7	8	21	28
장기차입금	7	0	0	0	0
사채	0	0	0	0	0
부채총계	152	195	217	362	371
지배지분	1,289	1,586	1,936	2,214	2,586
자본금	31	31	31	31	31
자본잉여금	494	494	494	494	494
이익잉여금	663	966	1,315	1,690	2,096
비지배지분	0	0	0	0	0
자본총계	1,289	1,586	1,936	2,214	2,586
순차입금	-1,011	-1,344	-1,156	-1,146	-1,532
총차입금	8	0	0	54	53

현금흐름표	(단위: 억원)				
결산 (12월)	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
영업활동 현금흐름	304	428	282	359	555
당기순이익	406	373	386	407	435
감가상각비	3	4	6	9	10
외환손익	1	-2	-11	11	-8
종속, 관계기업 관련손익	0	0	1	9	0
자산부채의 증감	-165	88	-104	-104	131
기타현금흐름	59	-35	5	28	-14
투자활동 현금흐름	-548	-416	-46	-259	53
투자자산	-32	-23	-103	-97	-21
유형자산 증가 (CAPEX)	-6	-29	-19	-338	-14
유형자산 감소	0	43	4	0	0
기타현금흐름	-510	-408	72	176	88
재무활동 현금흐름	482	-65	-37	-35	-42
단기차입금	0	0	0	54	0
사채 및 장기차입금	-2	-8	0	0	0
자본	503	0	0	0	0
현금배당	-19	-41	-37	-31	-30
기타현금흐름	0	-16	0	-58	-12
연결범위변동 등 기타	4	7	7	-13	-144
현금의 증감	242	-46	206	52	422
기초 현금	97	339	293	499	551
기말 현금	339	293	499	551	973
NOPLAT	481	442	435	483	509
FCF	219	411	251	5	521

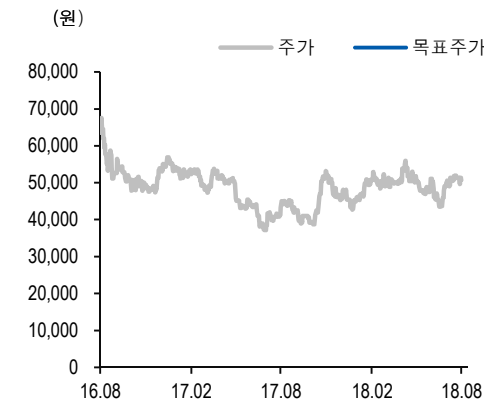
자료: 유안타증권

주: 1. EPS, BPS 및 PER, PBR은 지배주주 기준임
 2. PER 등 valuation 지표의 경우, 확정치는 연평균 주가 기준, 전망치는 현재주가 기준임
 3. ROE, ROA의 경우, 자본, 자산 항목은 연초, 연말 평균을 기준으로 함

Valuation 지표	(단위: 원, 배, %)				
결산 (12월)	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
EPS	8,725	5,999	6,202	6,540	7,004
BPS	20,736	25,517	31,144	35,611	42,882
EBITDAPS	10,414	7,187	7,137	7,955	8,400
SPS	30,507	23,826	28,837	36,194	41,253
DPS	660	600	500	500	500
PER	8.3	16.7	9.1	7.1	7.3
PBR	3.5	3.9	1.8	1.3	1.2
EV/EBITDA	7.2	10.9	5.3	3.6	3.1
PSR	2.4	4.2	1.9	1.3	1.2

재무비율	(단위: 배, %)				
결산 (12월)	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
매출액 증가율 (%)	113.6	4.3	21.0	25.5	14.0
영업이익 증가율 (%)	208.0	-8.2	-1.5	11.0	5.4
지배순이익 증가율 (%)	249.3	-8.2	3.4	5.5	7.1
매출총이익률 (%)	66.3	68.3	68.4	70.5	70.5
영업이익률 (%)	33.9	29.8	24.3	21.5	19.9
지배순이익률 (%)	28.6	25.2	21.5	18.1	17.0
EBITDA 마진 (%)	34.1	30.2	24.7	22.0	20.4
ROIC	239.8	216.1	222.0	100.5	61.0
ROA	42.6	23.1	19.6	17.2	15.7
ROE	48.5	25.9	21.9	19.6	18.1
부채비율 (%)	11.8	12.3	11.2	16.3	14.3
순차입금/자기자본 (%)	-78.5	-84.7	-59.7	-51.8	-59.2
영업이익/금융비용 (배)	1,028.7	2,366.4	85,365.7	327.9	255.9

슈피겐코리아 (192440) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율 평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2018-08-17	Not Rated	-	1년		

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (실제주가* - 목표주가) / 목표주가 X 100

- * 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"
- 2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자의견 비율(%)
Strong Buy(매수)	1.7
Buy(매수)	86.4
Hold(중립)	11.3
Sell(비중 축소)	0.6
합계	100.0

주: 기준일 2018-08-15

※해의 계열회사 등이 작성하거나 공표한 리포트는 투자등급 비율 산정시 제외

- 이 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 타인의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인함. (작성자: 강동근)
- 당사는 자료공표일 현재 동 종목 발행주식을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 자료공표일 현재 해당 기업과 관련하여 특별한 이해관계가 없습니다.
- 당사는 동 자료를 전문투자자 및 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사와 배우자는 자료공표일 현재 대상법인의 주식관련 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 종목 투자등급 (Guide Line): 투자기간 12개월, 절대수익률 기준 투자등급 4단계(Strong Buy, Buy, Hold, Sell)로 구분한다
- Strong Buy: 30%이상 Buy: 10%이상, Hold: -10~10%, Sell: -10%이하로 구분
- 업종 투자등급 Guide Line: 투자기간 12개월, 시가총액 대비 업종 비중 기준의 투자등급 3단계(Overweight, Neutral, Underweight)로 구분
- 2014년 2월21일부터 당사 투자등급이 기존 3단계 + 2단계에서 4단계로 변경

본 자료는 투자자의 투자를 권유할 목적으로 작성된 것이 아니라, 투자자의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 작성된 참고 자료입니다. 본 자료는 금융투자분석사가 신뢰할만 하다고 판단되는 자료와 정보에 의거하여 만들어진 것이지만, 당사와 금융투자분석사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수는 없습니다. 따라서, 본 자료를 참고한 투자자의 투자사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 또한, 본 자료는 당사 투자자에게만 제공되는 자료로 당사의 동의 없이 본 자료를 무단으로 복제 전송 인용 배포하는 행위는 법으로 금지되어 있습니다.